

O Reconhecimento da Responsabilidade Social

Francisco Carreira, francisco.carreira@esce.ips.pt (Instituto Politécnico de Setúbal)¹

e Ana Amaral, ana.amaral@netcabo.pt (Mestre em Contabilidade e Finanças)

Área Temática/Metodologia: A10 / M3

RESUMO

À vertente económica, considerada como objetivo intrínseco das empresas, foi ao longo do último século acrescentada as vertentes social e ambiental, constituindo-se a empresa como um célula social, numa simbiose de resultados e reconhecimento do meio em que está inserida.

Nesse sentido, as empresas desenvolveram uma consciência social, que podemos designar por responsabilidade social, na medida em que passaram a incorporar na sua missão práticas sociais, com efeitos diretos ao nível do ambiente, da cultura, do património e da beneficência.

A importância crescente da responsabilidade social empresarial (RSE) baseia-se na ideia de que as empresas devem responder não só aos interesses dos seus acionistas, mas também dos seus *stakeholders*.

Considerou-se neste estudo um setor de atividade que nos últimos anos tem apresentado elevados resultados e projeção financeira à escala global, o setor bancário e constatámos que a banca portuguesa apresenta uma consciência de responsabilidade social, uma vez que apoia e contribui para o bem-estar da comunidade onde está inserida.

A divulgação das práticas e políticas de responsabilidade social é expressa, sobretudo, nos Relatórios e Contas, mas também, nos Relatórios de Sustentabilidade e nas suas páginas web dos bancos.

Os resultados evidenciam que os bancos portugueses apoiam, essencialmente, ações no âmbito da beneficência, educação e cultura e menos na área do desporto e património artístico. As instituições apoiadas reconhecem os bancos como financiadores de projetos e pelas suas políticas de RSE e que as suas decisões de abertura de conta bancária atendem às práticas de responsabilidade social e à estabilidade e solidez do banco.

Palavras-Chave: RSE, Bancos, Relato e Instituições Sociais.

¹ Campus do IPS – Estefanilha, 2914-503 Setúbal, Portugal

O Reconhecimento da Responsabilidade Social

Introdução

A presente investigação desenvolve a temática da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e procura evidenciar as práticas de RSE desenvolvidas pelos bancos portugueses no triénio 2008 a 2010 e aferir em que medida as instituições apoiadas pelos bancos os elegem, como seu banco.

Para alcançar os objetivos definidos estruturámos o nosso trabalho em duas componentes: a primeira tem uma dimensão teórica - em que se introduz o conceito de RSE, se expõe a sua evolução, se realça a sua importância, através do reconhecimento de alguns estudos desenvolvidos por vários autores e se associam às diferentes teorias, bem como o contributo de organizações internacionais neste domínio e uma breve panorâmica sobre a realidade portuguesa.

A segunda componente é, essencialmente, empírica e dirige-se:

- Ao setor bancário, em que se procura evidenciar as práticas de RSE (número e natureza dos projetos) protagonizadas por uma amostra de bancos portugueses;
- Às instituições apoiadas pelos bancos, em que se pretende aferir em que medida a escolha do banco tem presente as políticas de responsabilidade social desse banco.

Os resultados obtidos evidenciam o empenho, em termos de RSE, dos principais bancos portugueses, que é manifestado pelo número de projetos, privilegiando as áreas da beneficência e educação, em detrimento da área do património artístico e histórico.

As instituições apoiadas reconhecem o banco numa dupla vertente: principal banco da instituição e de mecenas decorrente dos apoios financeiros. Porém a maioria admite uma relação direta entre a escolha do banco e a atribuição de apoios financeiros e reconhece, como muito importante, as políticas de RSE por parte dos bancos.

1 – A Responsabilidade Social Empresarial

Ao longo da história existem vários exemplos do que pode ser considerado como Responsabilidade Social Empresarial (RSE), ainda que o fenómeno tenha sido estudado e aprofundado, sobretudo, a partir do século XX.

O debate acerca da temática de RSE era quase inexistente há cinquenta anos atrás mas, atualmente, é incontornável quer nos meios empresariais, quer nos organismos internacionais e o que, anteriormente, era do domínio académico passou a ser da sociedade civil.

Dai decorre uma tomada de consciência por parte das empresas, uma vez que estão cada vez mais sensíveis a esta temática, o que coincidiu com as notícias trazidas a lume sobre as práticas menos éticas que algumas empresas assumiram na sua forma de fazer negócio e que, inevitavelmente, levaram ao seu colapso.

As primeiras referências encontradas sobre o tema de RSE datam de 1953 e é de autoria de Brown. Este autor defende que são “obrigações dos homens de negócios adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores da nossa sociedade”.

Embora existam registos de situações onde de facto se apresentam preocupações sociais, de uma maneira geral, antes de 1960, esperava-se das empresas, apenas, o lucro e o pagamento de impostos e de bons salários. Nas décadas de sessenta e setenta do século passado, a sociedade começa a exigir das empresas mais do que meras preocupações económicas e fiscais. Por isso, cada vez mais as estratégias de RSE pretendem contribuir para o desenvolvimento social.

A outro nível, a RSE tem estado associada a grupos ou empresas de grande dimensão, já que possuem recursos que lhes permitem implementar de forma mais consistente e sustentada, práticas de responsabilidade social. Estes recursos são, também, utilizados na divulgação das ações desenvolvidas.

Até aos anos sessenta, as iniciativas no âmbito de RSE, têm origem sobretudo nos EUA e a Europa só a partir deste período começa a registar preocupações neste domínio. É de assinalar o ano de 1960, altura em que os EUA e Europa passaram a exigir das empresas a divulgação anual de Relatórios com informação social. Em Portugal é de destacar a obrigatoriedade da apresentação do balanço social por empresas com mais de 100 empregados, em 1985.

Dois marcos muito importantes: um, em 1997 com a criação da *GRI- Global Reporting Initiative*; outro, em 2001, com a criação do Livro Verde, pelo Conselho Europeu.

O interesse por este tema acentuou-se devido à evolução do sistema económico, bem como às transformações das sociedades industriais no último século. (Andrioff e McIntosh, 2001; Carroll e Buchholtz, 2000).

Pelo exposto, fica claro que as questões sobre a RSE não surgiram recentemente, tendo-se registado um acentuado aumento da sua discussão nos anos setenta. A causa do incremento está associada ao aparecimento de problemas causados por uma sociedade assente numa economia de mercado.

Clarke (1998) fala em duas perspetivas sobre RSE. A primeira baseia-se na teoria neoclássica sendo o seu principal defensor Friedman (1998), que defende que o objetivo social da empresa é a obtenção de lucros. Ao gerir os recursos à sua disposição e maximizar a riqueza dos acionistas, a empresa está a ser socialmente responsável. Ao pagar impostos e gerar empregos está a contribuir para o bem-estar da comunidade.

A segunda perspetiva, baseada na teoria dos *stakeholders*, tem como defensor principal Freeman (1998). Este autor parte do princípio de que para além dos acionistas, existem outros agentes interessados nas decisões das empresas. Estes podem ser não só acionistas, mas também, credores, empregados, clientes, fornecedores ou a comunidade em geral.

Por seu turno, Holme e Watts (2000, pág.10) defendem que a RSE pode ser vista como um compromisso assumido pela empresa “em contribuir para o desenvolvimento económico sustentável trabalhando com os empregados, as suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar a sua qualidade de vida”.

Trata-se não só de saber como é que as empresas obtêm os seus lucros, através das práticas de RSE em relação, por exemplo, aos seus funcionários e colaboradores, à proteção do ambiente e à transparência e ética nos negócios, mas também o que fazem com esses lucros, ou seja, se aplicam parte desses lucros no bem-estar da comunidade onde estão inseridos.

Os fundamentos teóricos utilizados normalmente para justificar o conceito de RSE, têm como base três escolas distintas: *Business Ethics*, *Business & Society* e *Social Issues Management* (Matten, Crane e Chappel, 2003; Carroll e Buchholtz, 2000; Donaldson e Preston, 1995; Logsdon e Palmer, 1988).

A abordagem normativa, característica da *Business Ethics*, baseia-se no facto das empresas e as suas atividades estarem sujeitas ao escrutínio ético à semelhança de qualquer outra esfera da vida humana, sendo que a responsabilidade social decorre, diretamente, da sua responsabilidade moral. A empresa necessita de agir de modo socialmente correto, porque o correto é seu dever moral fazê-lo.

A corrente *Business & Society* suporta-se mais numa corrente sociológica e política, voltada para questões mais pragmáticas, segundo a qual a RSE é a de que empresas e sociedades não são entidades distintas, antes pelo contrário, são interdependentes e é normal que a sociedade tenha expectativas em relação às práticas das empresas (Wood, 1991).

Esta abordagem apoia-se, fundamentalmente, em três pressupostos: O primeiro, é o de que a empresa e a sociedade são parte de um todo; o segundo, é que ambas estão ligadas por um contrato social que legitima uma organização produtiva (empresa), passando a sociedade a conceder-lhe autoridade para utilizar recursos naturais, criar emprego e comercializar produtos, mas que em contrapartida, a empresa deve oferecer benefícios compensadores à sociedade e, finalmente, o terceiro pressuposto argumenta que as empresas estão sujeitas a um controlo por parte da sociedade.

Matten, Crane e Chappel (2003) recorrem à teoria dos *stakeholders* para afirmar que é importante identificar os grupos que interagem com a empresa e que cada um deles tem o direito de participar ou de ser ouvido, quando existem processos de tomadas de decisão.

A abordagem estratégica é característica da escola *Social Issues Management* e emerge no início dos anos 80. Para Jones (1996), as questões de RSE baseiam-se, igualmente, em três pressupostos. O primeiro é o de que a empresa pode aproveitar as oportunidades de mercado, decorrentes de transformações nos valores sociais, se souber antecipar-se a eles.

O segundo pressuposto é de que o comportamento socialmente responsável pode garantir-lhes uma vantagem competitiva. O terceiro e último pressuposto, está relacionado com a atitude pró-ativa das empresas, podendo desta forma antecipar-se a novas legislações ou até mesmo evitá-las.

Na *Social Issues Management* reconhece-se não só a dimensão social do consumidor, como também o carácter evolutivo das instituições.

2 - A importância da divulgação da RSE

A partir do momento que se reconhece a importância RSE e as medidas que as empresas devem tomar em benefício de todos, tendo sempre em consideração o desenvolvimento sustentável, é fundamental divulgar essa informação para que chegue às partes interessadas.

Para Gray et al (1995), a divulgação da RSE é o processo de prestação de informação destinada à quitação dessa responsabilidade social.

A divulgação empresarial e a comunicação social desempenham um papel cada vez mais importante ao satisfazer as crescentes necessidades de informação, dos *stakeholders* da empresa relativas às questões da RSE (Gray, 1995), ainda que decorra de forma voluntária e é cada vez mais utilizada pelas empresas.

Essa divulgação enquadra-se no processo de prestação de contas ou de relato financeiro, ou seja, é uma componente do relatório de gestão que acompanha as demonstrações financeiras, ou objeto de relatório autónomo, com designação própria inerente a cada empresa.

Várias têm sido as teorias que procuram explicar esta prática, tanto de carácter económico, como de carácter político e social. As de carácter económico são a teoria positiva de contabilidade, a do enquadramento custo-benefício e a teoria baseada nos recursos. As de carácter político e social destacam-se a teoria da legitimidade e a dos *stakeholders*.

Freedman e Jaggi (1998), Belkaoui e Karpik (1989), Zéghal e Ahmes (1990), defendem que cada uma dessas teorias tenta estabelecer ligações entre a divulgação de informação social das empresas e as suas características de desempenho, embora não consigam por si só explicar as motivações que estão por trás da divulgação voluntária. Para se conseguir explicar estas motivações é fundamental recorrer à articulação de todas elas.

Watts e Zimmerman (1990) argumentam que a teoria positiva da contabilidade permite compreender as razões que motivam as empresas a adotar determinadas políticas contabilísticas em detrimento de outras durante o processo de decisão. Depois de se perceber quais são essas razões, há condições de entender quais são as motivações que levam à divulgação de informação de uma empresa.

A teoria positiva da contabilidade baseia-se no facto de que os agentes económicos são racionais e vão atuar apenas com o intuito de gerar e maximizar riqueza. Esta teoria defende que toda a regulamentação governamental é um custo político para a empresa.

Em relação ao enquadramento custo-benefício, Cormier e Gordon (2001) e Cormier e Magnan (2003) procederam à análise da divulgação de informação de responsabilidade social dentro de uma estrutura de custo-benefício. Assim, a empresa pode minimizar a divulgação caso se reconhece que os investidores não necessitem dela.

Habitualmente existe uma assimetria de informação, ou seja, os gestores têm mais informação do que os investidores. Não divulgar informação pode levar a que os investidores criem um cenário pior do que a realidade. Divulgar informação credível, conduz a que os investidores não necessitem de procurar outras fontes de recolha de informação e façam uma avaliação dos seus investimentos o mais correta possível.

Segundo a perspetiva baseada nos recursos, Galbreath (2005) defende que o sucesso de uma empresa depende dos recursos que possui e controla. Cada empresa, através deles,

é responsável por disponibilizar à população, determinado produto ou serviço que necessite.

Para Mathews (2002), as empresas necessitam de controlar os recursos necessários para o desenvolvimento das suas atividades económicas, através de processos produtivos próprios e procuram atingir os objetivos estabelecidos.

Muitas vezes esse controlo sobre os recursos é partilhado com os seus *stakeholders*, por isso é fundamental estabelecer relações com eles durante todo este processo de partilha de recursos e de elaboração dos seus processos produtivos. Uma das formas encontradas para estabelecer essa ligação é através da publicação de informação.

No grupo de teorias sociais e políticas temos a teoria dos *stakeholders* e a teoria da legitimidade.

Para Tilling (2004), a teoria dos *stakeholders* e a teoria da legitimidade são as que melhor explicam o comportamento das empresas no âmbito da sua responsabilidade social. Todavia, trata-se de teorias que se complementam e que não se substituem (Gray et al, 1995).

Estas teorias procuram explicar a divulgação de informação de responsabilidade social noutros termos que não, apenas, a perspetiva economicista, na medida em que abrangem uma perspetiva de sistema, defendendo que as empresas influenciam e são influenciadas, pela comunidade em que estão inseridas.

Para Ullmann (1985), a empresa tem uma responsabilidade social que implica o interesse de todos os *stakeholders*, sendo aconselhável procurarem o seu apoio a fim de manter um ambiente próspero. Para este autor, toda a divulgação de informação sobre RSE, é uma estratégia da empresa para gerir as relações com os *stakeholders*.

Roberts (1992) considera que, no âmbito desta divulgação, o poder dos *stakeholders*, a postura estratégica e o desempenho económico estão relacionados entre si e aquela é usada como ferramenta pelas empresas para gerir os *stakeholders* e todo o ambiente organizacional envolvente.

Gray et al (1996) e Deegan (2002) identificam duas variantes na teoria dos *stakeholders*: a ética e a administrativa. A variante ética corresponde ao dever perante todos os seus *stakeholders* de divulgar informação social e a variante administrativa explica a divulgação de informação de RSE como um modo de gerir a relação empresa e *stakeholders*.

Gutherie, et al (2004) acredita que deste modo as empresas terão tendência a desenvolver atividades e a divulgar a informação expectável pelos seus *stakeholders*, sempre com o objetivo de conseguirem tirar partido disso.

A teoria da legitimidade pode ser considerada como um mecanismo eficaz na perceção da divulgação da responsabilidade social empresarial (Tilling, 2004). Para Deegan, (2002) a divulgação da RSE é o processo através do qual a gestão pode interagir com a sociedade em geral para influenciar as perceções externas sobre a organização.

Esta teoria baseia-se na ideia de que entre as empresas e a sociedade existe um contrato social, onde estão descritas todas as formas de como as empresas desenvolvem as suas atividades (Suchman, 1995; Williams, 1999; Gutherie, et al, 2004; Watson et al, 2002).

A teoria da legitimidade considera que a sociedade permite às empresas existirem e terem direitos. Assim, uma empresa para sobreviver deve assegurar-se de que as atividades que praticam estão de acordo com valores e normas da sociedade.

2.1 - A RSE e as organizações internacionais

O aumento do interesse pelas questões da RSE deve-se, também, aos esforços levados a cabo por algumas organizações internacionais, nomeadamente a União Europeia (UE) e a Organização das Nações Unidas (ONU).

Em relação à contribuição da UE é importante referir a publicação do Livro Verde em 2001 e das comunicações subsequentes de 2002 e de 2006. A ONU contribuiu sobretudo através da *Global Reporting Initiative* (GRI), do *Global Compact* (GC) e de uma série de conferências sobre o ambiente e o planeta, cujo resultado mais visível foi o protocolo de Kyoto.

Em 1997 foi criada a *Global Reporting Initiative* (GRI). A GRI é uma Organização Não-Governamental internacional que tem como missão desenvolver e difundir diretrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade utilizadas voluntariamente por empresas de todo mundo.

A GRI tem como objetivo atribuir aos relatórios de sustentabilidade a mesma utilidade e seriedade dos relatórios e demonstrações financeiras, conferindo-lhes o *status* de documento. Para o efeito elaborou um conjunto de *Guidelines* (G1, G2, G3 e G3.1) e suplementos setoriais e que constituem uma importante ferramenta para as empresas que pretendem divulgar as suas políticas de responsabilidade social.

O compromisso da GRI no desenvolvimento contínuo do relato sustentável é incessante, pelo que, está previsto para 2013, uma quarta geração de linhas orientadoras para o relato, que pretendem conferir ao mesmo um maior nível de concentração de

informação e relevância. Este desenvolvimento resulta da consultoria de diferentes partes interessadas no relato sustentável, a nível internacional, e tem por objetivo elevar o valor dos relatórios para os seus utilizadores.

A GRI também faz parte do *South Africa's Integrated Reporting Committee*, uma organização criada, em Maio de 2010, que tem por objetivo propor às organizações a elaboração de um único relatório anua, que contemple as tradicionais informações de gestão de forma integrada com a sustentabilidade da organização, nos seus aspetos económico, ambiental e social. Desta forma, o comité pretende, envolvendo diferentes partes interessadas, criar normas internacionais para a elaboração dos relatórios integrados (Palma e Carreira, 2011).

O *Global Compact* (GC), foi uma iniciativa lançada pelo ex-secretário-geral das Nações Unidas, Kofi Annan, com o objetivo de levar a comunidade empresarial global, de uma forma voluntária, a apoiar mundialmente a promoção de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, direitos do trabalho, proteção ambiental e combate à corrupção. Esta proposta foi anunciada em janeiro de 1999, durante o Fórum Económico Mundial em Davos, na Suíça tendo sido lançado formalmente em julho de 2000.

2.2 - A divulgação da RSE em Portugal

A tendência para o aumento da divulgação da informação sobre responsabilidade social em Portugal tem sido crescente e tem acompanhado o acréscimo no resto do mundo.

Roque e Cortez (2006) realizaram um estudo empírico onde compararam o desempenho financeiro no mercado de capitais e a divulgação de informação social de 35 empresas cotadas em Portugal e concluíram que quanto maior o desempenho financeiro de uma empresa, menor é a preocupação em divulgar informação social.

Branco e Rodrigues (2008), num estudo efetuado a uma amostra de empresas que integravam a Euronext Lisboa, mostrava que estas elegeram o Relatórios e Contas para divulgar a sua informação social, sobretudo a informação referente aos recursos humanos.

No entanto, se o meio de divulgação preferido para colocarem à disposição as informações sociais referentes aos recursos humanos foi esse relatório, o mais usado para informar sobre projetos ao nível do envolvimento com a comunidade foi a *Internet*. Segundo os mesmos autores existe uma explicação simples para essa opção. O Relatório e Contas está muito direcionado para o investidor que, obviamente, se preocupa com os recursos humanos da empresa.

A *Internet* permite que o público em geral consulte os sítios das empresas fazendo mais sentido que a informação sobre os projetos sociais envolvendo a comunidade, aí esteja disponível. Neste estudo, Branco e Rodrigues concluíram, ainda, que quanto maior a visibilidade que a empresa apresenta, maior a preocupação em divulgar a informação social, qualquer que seja o suporte escolhido.

3 - A RSE na banca portuguesa

3.1 – Breve caracterização do setor bancário português

De acordo com o Banco de Portugal (2009), a liberalização do sistema financeiro português, ocorreu com algum desfasamento temporal face à maioria dos países da OCDE, situação que se deveu sobretudo a duas situações: a nacionalização de todos os bancos pós Abril de 1974 e às duas intervenções do FMI, em 1977 e 1983.

A constituição do mercado único de bens e serviços europeu despoletou movimentos de privatização e liberalização do setor bancário português. No final do ano de 1984 e durante 1985 surgiram, em Portugal, os primeiros bancos privados. Com a entrada na Comunidade Económica Europeia o processo de liberalização acelerou-se, ainda que, o mercado não se regia pelos princípios da livre concorrência.

O processo de privatizações começou, efetivamente em 1989, ficando praticamente concluído em 1995. Em 1984 operavam em Portugal, 17 bancos e, em 1995, este número aumentou para 45 e, em 2011, passou para 36.

O ativo agregado do setor bancário era, em 2011, de 500.472 milhões de euros, o que representava 292,6% em percentagem do PIB, muito acima dos 258,9% registados, em 2008.

De acordo com o Boletim Informativo da Associação Portuguesa de Bancos, em 2011, trabalhavam no setor bancário cerca de 55.485 pessoas, menos 0,6% face ao ano anterior, sendo que 47% eram mulheres, 55% tinham entre 30 a 44 anos, 35% tinham mais de 45 anos, 45% detinham uma antiguidade superior a 15 anos, 97% tinham um vínculo laboral contratual como efetivo e 52% detinha um curso superior.

A grande maioria das instituições era de direito legal português, têm uma atividade multi-especializada, em que 20 instituições são de pequena dimensão e com uma quota de mercado de 5,7%, enquanto as de média e grande dimensão detinham uma quota de mercado de 20,6% e 73,7%, respetivamente.

3.2 – Descrição do Processo de Investigação

Tendo presente os objetivos da presente investigação - evidenciar as práticas de RSE desenvolvidas pelos bancos portugueses no triénio 2008 a 2010 e aferir dos critérios de abertura de conta por parte das instituições apoiadas pelos bancos – teve-se em consideração a seguinte metodologia:

- Listar as políticas de responsabilidade social adotadas por uma amostra de bancos portugueses, em termos de número, área de intervenção e gastos envolvidos, tendo como suporte os Relatórios e Contas e os Relatórios de Sustentabilidade e os sítios de *Internet*;
- Identificar as instituições apoiadas pelos bancos, no período indicado, a partir da listagem obtida no ponto anterior;
- Compreender de que forma as políticas de RSE são reconhecidas e valorizadas pelas instituições referidas no ponto anterior, com base num questionário;
- Verificar se as instituições escolhem as entidades bancárias tendo em conta as políticas de responsabilidade social, a partir de um questionário.

O questionário foi objeto de um pré-teste, dirigido à totalidade das instituições apoiadas pelos bancos (num total de 26), tendo obtido 12 respostas, do que resultou uma taxa de respostas de 46%.

3.3 – Amostra e Recolha de Dados

Foram definidas duas amostras distintas: a primeira, composta pelos bancos portugueses e a segunda, constituída pelas instituições apoiadas pelos bancos portugueses (que integram a primeira amostra), no âmbito das suas políticas de RSE.

Para a primeira amostra teve-se em consideração o seguinte:

- As instituições que são supervisionadas pelo Banco de Portugal estão divididas em duas categorias: instituições de crédito e sociedades financeiras. As instituições de crédito agrupam os bancos, caixas económicas, instituições financeiras de crédito, de crédito hipotecário e de moeda eletrónica, e as sociedades de investimento, de locação financeira, factoring, para aquisição a crédito e de garantia mútua, de harmonia com o disposto nos artigos nºs 2 e 5 do Decreto-Lei nº 298/92, de 31 de dezembro.
- Neste vasto conjunto elegeu-se, pela sua importância, em termos de impacto na sociedade, apenas, os bancos portugueses, sendo que foram selecionados os bancos atendendo a dois indicadores - Capital subscrito e o Capital realizado.

Para o efeito elaborou-se o Quadro nº 1, de que resulta que 90% do capital se concentra em dez bancos e que os quatro bancos portugueses representam 75% do capital subscrito e realizado, pelo que foram esses os selecionados.

Quadro nº 1 – Capital Subscrito e Realizado pelos Bancos a operar em Portugal

Capital Subscrito e Realizado por Banco (tabela resumida) – Bancos	Capital Subscrito e Realizado (Euros)	% do Capital Subscrito e Realizado em relação ao total dos bancos	% do Capital Subscrito e Realizado em relação ao total dos bancos (acumulados)
1-Banco Comercial Português, sa	6.064.999.986	28,17%	28,17%
2-Caixa Geral de Depósitos, sa	5.150.000.000	23,92%	52,09%
3-Banco Espírito Santo, sa	4.030.232.150	18,72%	70,81%
4-Banco BPI, sa	990.000.000	4,60%	75,41%
5/10 – Bancos Seguintes	-	-	90,65%
11/35 – Bancos Seguintes	-	-	100%
TOTAL	21.493.538.512,14		100,00%

Fonte: Elaboração própria baseada nos dados do Banco de Portugal consultada, em <http://www.bportugal.pt/pt-PT/Supervisão/Paginas/Instituicoesautorizadas.aspx>, acedido em 24/02/2012.

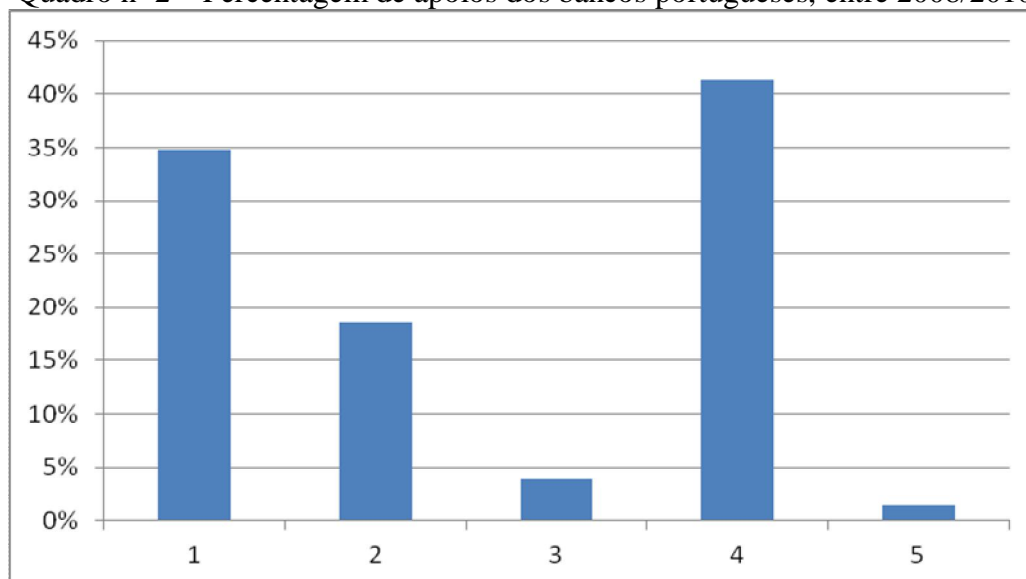
A segunda amostra é relativa às instituições apoiadas no âmbito das políticas de RSE dos bancos, pelo que só pôde ser constituída após a consulta dos relatórios e contas e de sustentabilidade dos bancos e onde se listou os projetos apoiados, atendendo à continuidade e sustentabilidade das ações de RSE, e divididos pelas áreas da educação, da cultura, desporto, beneficência e património, de modo a identificar a área privilegiada por cada banco.

Após a descrição do processo identificaram-se 26 instituições no período de 2008/2010, as quais foram apoiadas de forma continuada e que foram as seguintes: Abraço, Banco Alimentar, Fundação Infantil Ronald McDonald, Refúgio Aboim Ascensão, Unicef, Entreatjada, Associação de Doentes com Lupus, Terra dos Sonhos, Movimento ao Serviço da Vida, Associação Ajuda de Berço, Associação Operação Nariz Vermelho, Raríssimas, Associação Portuguesa para os Direitos dos Menores e da Família, Centro CADin, Associação Novo Futuro, APPDA, Cáritas Portuguesa, Associação Portuguesa de Osteoporose, Associação dos Leigos para o Desenvolvimento; Cedema, Associação dos Amigos do Hospital de Santa Maria, Igreja Paroquial de São Nicolau, Cruz Vermelha Portuguesa, Pro-Dignitate e Sociedade Portuguesa de Matemática.

3.3 – Resultados

Das cinco áreas apoiadas pelos bancos a maioritária é a beneficência (com 243 projetos, que representam 41% do total), seguida da educação (com 205 projetos, equivalente a 35% dos apoios totais), da cultura (com 109 projetos, que corresponde a 19% do total de apoios) e com menor expressão, as áreas do desporto e do património (com 23 e 8, que representam 4% e 1%, respetivamente), conforme está expresso no Quando nº 2.

Quadro nº 2 – Percentagem de apoios dos bancos portugueses, entre 2008/2010



Fonte: Elaboração própria; Áreas: 1 – Educação; 2 – Cultura; 3 – Desporto; 4 – Beneficência; 5 – Património Artístico e Histórico.

Esses resultados não são uniformes pelos quatro bancos da amostra, sendo que a maioria privilegia a beneficência em primeiro lugar, caso do BCP (com 34%), da CGD (com 41%) e do BPI (com 50%), enquanto o BES dá relevo à educação (com 31%).

A única entidade bancária a apoiar o património artístico e histórico é o BCP (com 7% do seu total de apoios). Apenas uma instituição, o Banco Alimentar, surge como tendo sido apoiada por dois bancos, o BCP e a CGD.

Relativamente ao questionário, na primeira questão, verificou-se que as instituições de cariz social têm conta aberta, no triénio 2008/2010, nos bancos, CGD e BPI (com 25%), BES e Millenium BCP (com 18% e 17%, respetivamente), Outros (com 10%), Banif (com 5%) e Banco Popular (com 1%).

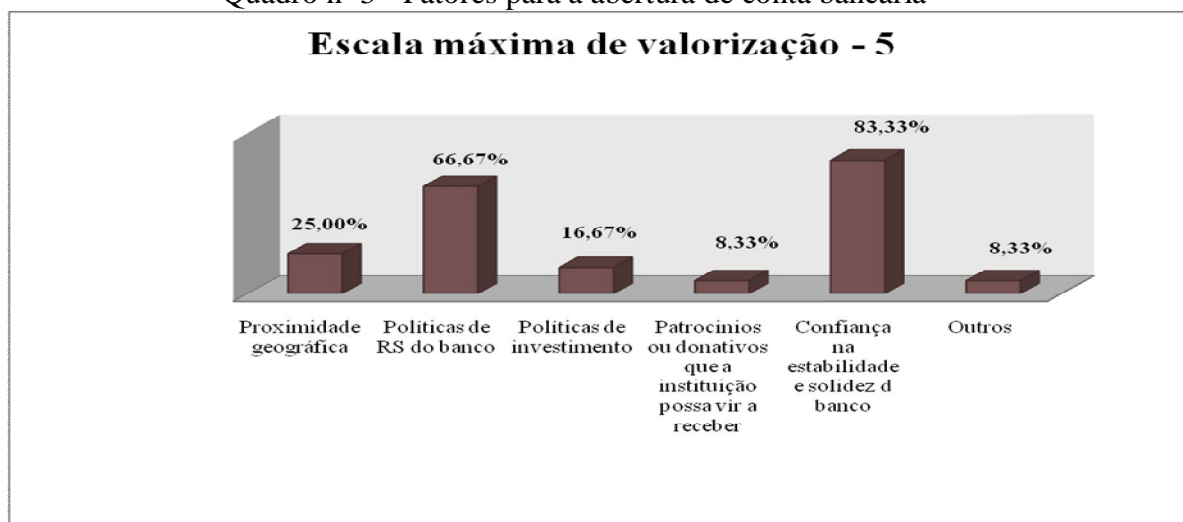
Na questão dois, todas as instituições reconheceram terem recebido um apoio financeiro de um banco e identificam-no, sendo que acrescentaram na nossa amostra inicial, o Banif e o Banco Popular.

Na terceira questão, aferiu-se da possibilidade dos bancos assinalados na questão anterior serem considerados como o principal banco da instituição, sendo que 75% das instituições inquiridas responderam positivamente.

A maioria das instituições (58%) admitiu existir uma relação direta entre a escolha do banco e a atribuição de apoios financeiros e em idêntica percentagem está disposta a mudar de banco principal ou a abrir nova conta num outro banco, tendo em consideração um potencial apoio.

Na sexta e última questão, pretendia-se que as instituições ordenassem por grau de importância os fatores para a abertura de conta, ponderando com 1 o menos importante e 5 o mais importante, sendo que aqueles fatores que obtiveram maior pontuação foram a confiança na estabilidade e solidez do banco (33%) e as políticas de RS do banco (27%), conforme Quadro nº 3.

Quadro nº 3 - Fatores para a abertura de conta bancária



Fonte: Elaboração própria.

Num outro tipo de análise, constatou-se que ao fator “Políticas de RSE do banco” nunca foi atribuída uma ponderação inferior a 4, sendo que as instituições o valoraram com 5 (em 67% dos casos) e com 4 (nos restantes 33%).

Conclusão

Face à crescente globalização dos negócios, as questões económicas, sociais, ambientais e culturais estão cada vez mais relacionadas e têm cada vez maior impacto na tomada de decisão das empresas, e tal como defende Deegan (2202), todas são influenciadas e todas influenciam a sociedade onde atuam.

Neste sentido, os *stakeholders* têm vindo a prestar maior atenção às ações praticadas pelas empresas, ao nível do comportamento ético, social e ambientalmente responsável (Unerman, 2000). Os vários *stakeholders* (clientes, acionistas, trabalhadores, fornecedores, comunidade envolvente) podem exercer pressões para que a empresa pratique e adote ações socialmente responsáveis (Mota, Dinis, 2005) e que mantenha políticas de RSE que privilegiem o bem estar da comunidade.

Abreu *et al* (2005) conclui na sua investigação, que as práticas de RSE ocorrem por influência externa, influência de mercado e influência operacional.

A tendência na adoção de políticas de RSE, em Portugal, tem vindo a seguir as práticas do resto do mundo, em sentido crescente, e o setor bancário português não é exceção.

Dos quatro bancos analisados neste estudo, verificou-se que todos definem e divulgam as suas políticas de RSE, com recurso ao Relatórios e Contas, ao Relatórios de Sustentabilidade e aos seus sítios na *internet*. Todos eles divulgaram no triénio 2008/2010 apoios no âmbito da cultura, educação e beneficência. O BCP e a CGD divulgaram, ainda, apoios na área do desporto e o BCP na área do património.

As instituições apoiadas são sensíveis às políticas de RSE dos bancos, valorizando este fator logo a seguir ao critério da confiança na estabilidade e confiança no banco. Cerca de 58% dos inquiridos responderam afirmativamente quando questionados se as políticas de RSE são fator de decisão de abrir conta ou na opção de mudança de banco.

Esta pesquisa veio corroborar a tese de Galán, Galera y Valero (2004) de que, a decisão de adquirir ou não determinado produto ou serviço, tem em consideração os comportamentos éticos e sociais das empresas.

Bibliografia

Abreu, R., David, F. & Crowther, D. (2005): Corporate Social Responsibility in Portugal: Empirical evidence of corporate behaviour. *Corporate Governance: An International Review*. Vol. 5. N. 5. p.3-18.

Amaral, Ana (2012): *A Influência da RSE na Escolha do Banco*, Dissertação de Mestrado, ESCE/IPS, Setúbal.

Andrioff, J., McIntosh, M. (2001): *Perspectives on corporate citizenship*. London: Greenleaf Publishing.

Associação Portuguesa de Bancos (APB, 2011): Boletim Informativo 2011, nº 47, APB. Banco Comercial Português, S.A. (2011): Relatório e Contas (2008, 2009, 2010), disponível em: <http://www.millenniumbcp.pt>, no período de Outubro a Dezembro 2011. Banco Comercial Português, S.A. (2011): Relatório de Sustentabilidade (2008, 2009, 2010) disponível em: <http://www.millenniumbcp.pt>, no período de Outubro a Dezembro 2011.

Banco Espírito Santo, S.A. (2011): Relatório e Contas (2008, 2009, 2010) disponível em: <http://www.bes.pt>, no período de Outubro a Dezembro 2011.

Banco Espírito Santo, S.A. (2011): Relatório de Sustentabilidade (2008, 2009, 2010), disponível em: <http://www.bes.pt>, no período de Outubro a Dezembro 2011.

Banco de Portugal (2011): Exercício de Stress na União Europeia – principais resultados para os bancos portugueses – 23 julho., disponível em <http://www.bportugal.pt/> em Julho 2011

Banco Português de Investimentos, S.A. (2011): Relatório e Contas (2008, 2009, 2010) disponível em: <http://www.bpi.bancobpi.pt>, no período de Outubro a Dezembro 2011.

Banco Português de Investimentos, S.A. (2011): Relatório de Sustentabilidade (2008, 2009, 2010), disponível em: <http://www.bpi.bancobpi.pt>, no período de Outubro a Dezembro 2011.

Belkaoui, A., Karpik, G. (1989): Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting, auditing and accountability Journal*, vol.2, nº1, p.36-51.

Branco, M., Rodrigues, L. (2008): Factors Influencing, Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*.

Caixa Geral de Depósitos, S.A. Relatório e Contas (2008, 2009, 2010): disponível em: <http://www.cgd.pt>, no período de Outubro a Dezembro 2011.

Caixa Geral de Depósitos, S.A. Relatório de Sustentabilidade (2008, 2009, 2010), disponível em: <http://www.cgd.pt>, no período de Outubro a Dezembro 2011.

Carreira, F., Palma, C. (2011). Relatório de Sustentabilidade: Análise comparativa de uma amostra de empresas brasileiras, espanholas e portuguesas. II Seminário Luso-brasileiro de Ciências do Ambiente e Empresarial – INAF, Loulé.

Carroll, A., Buchholtz, K. (2000): *Business and society: ethics and stakeholder management* (4ª ed.). Cincinnati: South-Western College.

Clarke, J. (1998): Corporate social reporting: an ethical practice.

Cormier, D. e Gordon, M. (2001): An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, auditing and accountability Journal*, vol.14, nº5, p.587-616.

Cormier, D. e Magnan, M. (2003): Environmental reporting management: a continental European perspective. *Journal of accounting and public policy*, nº22, p.43-62.

Deegan, C. (2002): The legitimizing effects of social and environmental disclosures: a theoretical foundation. *Accounting, auditing and accountability Journal*, vol.15, nº3, p.282-312.

Donaldson, T., Preston, L. (1995): The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications. *Academy of Management Review*, vol.20, p. 65-91.

Freedman, M., Jaggi, B. (1998): An analysis of the association between pollution disclosure and economics performance. *Accounting, auditing and accountability Journal*, vol. 1, nº 2, p.43-58.

Freeman, C. (1988): *The economics of industrial innovation*. Harmondsworth: Penguin Books Ltda.

Galán, M., Galera, C., & Valero, V. (2004): Nuevos Instrumentos de Responsabilidad Social en la Banca. Una referencia a Portugal y España. *III Jornadas Internacionais de Marketing Público e não lucrativo*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.

Galbreath, J. (2005): Which resources matter the most to firm success? An exploratory study of resource-based theory. *Technovation*, vol.25, p.979-987.

Gray, R., Owen, D., & Adam, C. (1996): *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*.

- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995): Methodological themes: Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*.
- Guthrie, J., Petty, R., Yongvanich, K., e Ricceri, F. (2004): Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting. *Journal of intellectual capital*, vol. 5, nº2, p. 282-293.
- Holmes, R., Watts, P. (2000): Corporate Social Responsibility: making good business sense”, *World Business Council for sustainable Development*, Geneva.,
- Jones, T. (1996): Missing the forest for the trees: a critique of the corporate social responsibility discourse. *Business and Society*, vol.35, p. 7-41.
- Logsdon, M., Palmer, R. (1988): Issues management and ethics. *Journal of Business Ethics*, vol.7, p. 191-198.
- Mathews, A. (2002): A resource-based view of Shumpeterian economics dynamics. *Journal of evolutionary Economics*, vol.12, nº1e 2, p.29-54.
- Matten, D., Crane, A., Chappel, W. (2003): Behind the mask: revealing the true face of corporate citizenship, *Journal of Business Ethics*, vol. 45, p.109-120.
- Roberts, W. (1992): *Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory*. Accounting, organizations and society, Vol.17, nº6, p. 595-612.
- Roque, V., Cortez, M. (2006): A divulgação de informação Ambiental e a Performance Financeira das empresas cotadas de Portugal. *Revista de estudos Politécnicos*, Vol III, nº 5 e 6.
- Suchman, M.(1995): Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, vol.29, nº 3.
- Tilling, E. (1998): *Refinements to legitimacy theory in a social and environmental accounting*. South Australia: Flinders University.
- Ullmann, E. (1985): Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure and economic performance of U.S. firms. *Academy of management review*, vol.10, nº3, p.540-557.
- Unerman, J. (2000): Methodological issues: reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. *Accounting Auditing and accountability Journal*, vol.13, nº 5, p. 667-681.
- Watson, A., Shrives, P., Marston, C. (2002): Voluntary Disclosure of Accounting Ratios in UK. *British accounting review*, vol.34, p.289-313.
- Watts, R, Zimmerman, J. (1990): Positive Accounting theory: A ten year perspective. *The Accounting Review*, vol. 65, nº 1, p. 131-156.
- Williams, S. (1999): The Asia-pacific region: an international empirical test of political economy theory. *The international journal of accounting*, vol.34, nº2, p.209-238.
- Wood, D. (1991): Corporate performance revisited. *Academy of Management Review*, vol. 16, p. 691-718.
- Zéghal, D., Ahmed, A. (1990): Comparison of Social Responsibility Information disclosure Media used by Canadian Firms. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol.3, Nº1.